



ELABORATION DU CONCEPT STRATÉGIQUE, CONSEIL ET GESTION DE PROJET

Directeur des études

Missions

Le Directeur des études pilote et structure les études en fonction des problématiques posées. Il supervise leur déroulement méthodologique, interprète les résultats et identifie les opportunités stratégiques associées. Il dirige ses équipes de planneurs stratégiques, à qui il insuffle sa vision stratégique, et réalise des recommandations et du conseil stratégique auprès des équipes. Il intervient de manière transverse entre les équipes clients et les équipes projets.

AUTRES APPELLATIONS :

Directeur du planning

Responsable des études

SEGMENTS D'ACTIVITÉS :

Agences conseil en communication

Agences média

Régies de publicité extérieure

Régies publicitaires

SPÉCIFICITÉS :

Métier en transformation

Principales activités

- Définir et piloter les études en identifiant les besoins en analyses selon les enjeux commerciaux et marketing, en sélectionnant les méthodologies adaptées et en coordonnant les différentes phases de réalisation.
- Superviser les analyses et formuler des recommandations en validant les sources de données, en interprétant les résultats et en proposant des orientations stratégiques.
- Gérer les outils et approches d'analyse en suivant la collecte et l'exploitation des données, en définissant les informations à recueillir, et en supervisant la constitution de panels consommateurs ainsi que la mise en place d'outils de social listening.
- Encadrer et animer les équipes études en accompagnant les équipes internes et les prestataires dans la mise en œuvre des analyses et l'interprétation des résultats, afin de renforcer leurs compétences et garantir la qualité des études.
- Contribuer à la réflexion stratégique en apportant des éléments factuels et analytiques aux discussions internes et avec les clients pour enrichir les productions et concepts créatifs, tout en les adaptant aux enjeux des campagnes.

Compétences clés requises

▼ Analyser et élaborer une stratégie

- Définir les méthodologies et outils d'analyse adaptés aux problématiques des études en combinant approches qualitatives, quantitatives pour répondre aux besoins des clients et des équipes internes.
- Identifier et sélectionner des thématiques d'études en fonction des orientations stratégiques de l'entreprise, des missions et des projections commerciales en cours et des signaux faibles identifiés via une veille active.

▼ Réaliser des études

- Réaliser des études qualitatives et quantitatives et en interpréter les résultats pour accompagner la prise de décision
- Mobiliser des méthodologies qualitatives pour animer des groupes de travail ou ateliers, en binôme avec un planneur stratégique

▼ Contribuer au développement commercial

- Communiquer de façon claire, écrite et orale, des éléments d'analyse aux équipes commerciales et les intégrer dans des propositions commerciales pour nourrir une prospection
- Présenter les résultats d'une analyse auprès d'un client ou d'un prospect pour acquérir un marché ou convaincre du bien-fondé d'une orientation

▼ Manager et organiser une équipe

- Animer, planifier et piloter d'un point de vue budgétaire et ressources humaines les activités études de l'entreprise
- Accompagner les équipes en charge des études dans la réalisation des études et participer à leur montée en compétences
- Répartir le travail entre les planneurs stratégiques et data scientist en fonction des besoins des différentes équipes et des projets et des priorités de l'entreprise

▼ Concevoir et mettre en œuvre des stratégies ou process digitaux

- Coconstruire les pipelines de traitement des données avec les Data scientist et superviser la collecte des données
- Implémenter des pratiques et outils basés sur l'intelligence artificielle, dans la collecte de données (ETL) et leurs traitements (data wrangling, data preprocessing)

▼ Mener une veille et documentation

- Mener une veille sur les tendances, l'actualité, les évolutions marketing, mais aussi économique et sur les méthodologies d'enquête

Autres compétences

Savoirs

- > Marketing
- > Stratégie
- > Management stratégique
- > Gestion budgétaire
- > Gestion de projet
- > Manager et organiser une équipe
- > Etudes
- > Réseaux sociaux
- > Analyse de données
- > Tendances marché publicitaire
- > Veille technologique
- > Langues étrangères (anglais notamment)
- > Outils d'IA générative
- > Outils de data wrangling
- > Outils ETL

Savoir-être

- > Être à l'écoute
- > Travailler en équipe
- > Prendre des initiatives et être force de proposition
- > Inspirer, donner du sens
- > Faire preuve de leadership
- > Faire preuve d'autonomie
- > Faire preuve de rigueur et de précision
- > Gérer son stress
- > Faire preuve de curiosité
- > Faire preuve de créativité, d'inventivité
- > Avoir le sens du service

Tendances d'évolution du métier

Le directeur des études doit en permanence adapter ses outils et méthodes aux innovations. L'essor de l'IA a ainsi un fort impact sur la collecte des données, la mise en place d'une veille et permet d'automatiser certaines tâches pour se concentrer davantage sur les activités à plus haute valeur ajoutée. Le directeur des études se doit également d'être curieux et à l'affût de l'ensemble des innovations et disruptions de marché.

Environnement de travail et interlocuteurs

En interne

- Directeur Commercial
- Planneur stratégique
- Data Scientist
- Directeur de la création
- Responsable Innovation
- Chief Technical Officer (CTO)
- Directeur Marketing et Communication
- Directeur de Clientèle

En externe

- Clients
- Prestataires

Profil souhaité

Formations recommandées

Bac+5 en économie, management, sociologie, méthodes d'enquête ou marketing

Expériences recommandées

- > 7 à 10 ans d'expérience comme planneur stratégique, chargé d'études ou data scientist

Possibilités d'évolution au sein de la branche de la publicité

Directeur des études

MÉTIER DE RÉFÉRENCE



Data Analyst

Direction Générale

EVOLUTIONS POSSIBLES